



Não perca o controle, use a planilha de controle de clientes

Baixe a planilha de controle de clientes para conseguir acompanhar os dados e informações de maneira segura, rápida e organizada

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐

Controle é uma das mais importantes funções de um administrador de empresas, gestor de força de vendas ou mesmo de um vendedor organizado, que busca obter os melhores resultados. E uma planilha de controle de clientes é uma das maneiras mais práticas, ágeis e acessíveis de se conseguir isso.

Controlar significa ter acesso às informações e verificar se aquilo que você planejou está ocorrendo conforme suas expectativas. Com um [sistema de CRM](#), por exemplo, os cadastros ficam todos centralizados e à distância de um clique, permitindo mais organização e eficácia a esse controle dos clientes da empresa.

Caso sua empresa ainda prefira manter esse cadastro em planilhas, criamos uma de controle de clientes muito fácil de ser operada e que poderá trazer muito mais segurança aos seus históricos de vendas e negócios, assim como agilidade no seu dia a dia.

Um bom controle de clientes é o primeiro passo para fazer um bom follow-up. Para saber ainda mais sobre esse assunto, baixe nosso e-book: [Guia: Como ter sucesso com follow-up](#).

Antes de explicar o funcionamento da ferramenta eletrônica que criamos, vamos entender melhor as vantagens do uso de uma planilha de controle para clientes em seu trabalho.



Organize seu trabalho, seus clientes e seus resultados com uma boa planilha de clientes

Vantagens de uma planilha de controle de clientes

Informação organizada sempre é bem-vinda, ainda mais se você

trabalhar integrado com uma equipe e todos puderem contribuir para esse trabalho. As vantagens serão para todos!

- Dados centralizados, principalmente, se você usar programas de compartilhamento de arquivos, como o Google Docs;
- Além de centralizadas, nesse caso, as informações também serão compartilhadas;
- Acesso remoto, de onde estiver, para ver seus contatos e controles de clientes;
- Possibilidade de atualização em tempo real, para todos os interessados;
- Incentivo ao trabalho em equipe;
- Integração de informações em vendas, marketing, faturamento, logística e outras áreas;
- Em caso de chegada de novos funcionários, as informações estarão facilmente acessíveis, permitindo que ele se integre rapidamente à equipe e ao trabalho;
- Da mesma forma, no caso da saída de colaboradores, as informações continuam disponíveis para todos;
- Possibilidade de criar gráficos e analisar tendências;
- Planilhas de controle de clientes facilitam a criação e divulgação de relatórios;
- Capacidade de fazer facilmente back-up dos dados, evitando perdas de informações;
- Mais precisão nas anotações e apontamentos, trazendo mais confiabilidade;
- Agilidade para consultar dados antigos ou de clientes que estão retornando à empresa.

Essas são apenas algumas das vantagens que controles eletrônicos propiciam à equipe de vendas e aos vendedores individualmente também.

Para ter uma visão ainda mais aprofundada sobre isso, leia esta postagem: [As 5 grandes vantagens do controle de clientes e vendas.](#)



Um planilha de controle de clientes ajuda a compartilhar informações com a equipe

Como fazer uma planilha de controle de clientes

É claro que os detalhes e os campos mais indicados para constar em uma planilha para controlar clientes vai depender muito do ramo de atuação de sua empresa e da maneira como a equipe de vendas é gerenciada.

Mas, de qualquer forma, podemos dividir a planilha em dois grandes conjuntos de colunas: um conjunto com dados cadastrais e de contato e outro conjunto de colunas com o acompanhamento e controle dos clientes.

Vale lembrar que apesar dessa planilha ter alguns pontos em comum com uma planilha de prospecção, elas podem ser dois documentos separados. Depois da prospecção concluída e da primeira venda acontecendo, quando o prospect se tornou um lead e depois cliente, os dados cadastrais dessa empresa podem ser transferidos para a planilha de controle de clientes.

Assim, as informações serão complementadas com mais alguns detalhes e então se passará a fazer um acompanhamento e controle contínuo do cliente, visando o pós-vendas, a fidelização e, é claro, vender cada vez mais para ele.

Colunas de dados cadastrais:

- **Nome de empresa;**
- Dados como CPF e Inscrição Estadual;
- Endereço completo;
- Telefones gerais;
- E-mails gerais;
- Endereços e telefones de filiais (se houver);
- Sites da empresa;
- Facebook, LinkedIn e outras mídias sociais da empresa;
- Pequeno resumo sobre a empresa (deve ser atualizado

- periodicamente);
- **Nome do principal contato;**
 - E-mail do principal contato;
 - Telefone comercial e celular do principal contato;
 - Facebook, LinkedIn e outras mídias sociais do principal contato;
 - **Nome do contato secundário;**
 - E-mail do contato secundário;
 - Telefone comercial e celular do contato secundário;
 - Facebook, LinkedIn e outras mídias sociais do contato secundário.

Colunas de acompanhamento e controle:

Na aba de acompanhamento, você deverá sempre marcar o nome da empresa e, em seguida, a data da reunião ou contato com o cliente. Depois, classifique com ajuda do menu suspenso em cada célula da coluna progressos, um dos seguintes "status":

- **RETORNO:** quando se entra em contato com o cliente depois de se ter comprometido a fazê-lo em determinada data;
- **OFERTA:** quando se entra em contato com o cliente para oferecer uma solução e tentar fechar um novo pedido;
- **NEGOCIAÇÃO:** quando se entra em contato com o cliente para acertar detalhes de uma venda;
- **PROPOSTA:** a proposta é uma oferta mais firme e formal, acrescida de todos os detalhes que foram acertados durante as negociações, como preços, prazos, escopo etc.;
- **FECHAMENTO:** quando o resultado da negociação foi fechado verbalmente, mas será preciso retornar com um compromisso formal (isso pode acontecer ao mesmo tempo, em alguns casos);
- **COMPROMISSO:** quando é assinado contrato ou dado aceite na proposta comercial de alguma maneira que possa ser considerada por ambas as partes como um compromisso firme;
- **RELACIONAMENTO:** quando o vendedor tenta aquecer o

relacionamento entrando em contato com o cliente ou quando o cliente entra em contato.

Você pode escolher cores diferentes para cada uma dessas classificações em sua planilha, marcando assim a célula com a cor correspondente.

É importante que seja anotado na coluna “O Que Foi Combinado”, além de um resumo da reunião ou contato, o tipo de contato: se foi uma reunião, telefonema, e-mail etc. Sempre que se fizer a anotação nessas colunas, preencha na linha seguinte novamente o nome da empresa e a data do próximo contato.

Perceba que essa é uma planilha simples, mas que pode ajudar muito em suas vendas. Faça download agora clicando [aqui](#) e impulsione suas vendas!



Tenha o controle de clientes em suas mãos com uma boa planilha

Quer saber mais sobre controle de clientes com a ajuda da informática? Confira este artigo: [Saiba tudo que um software de CRM pode fazer por sua empresa.](#)